# 互联网时代的广播剧发展路径探索

潘永新
（沧州广播电视台，河北 沧州 061001）

**摘　要：**广播剧发展历史悠久，早在电视机、互联网等新媒体形式尚未出现的时期就成为人们获取外界信息、娱乐放松的主要方式，其能够通过声音准确传达作品内容，以满足人们的收听需要。互联网时代人们获取信息的来源不断广泛，并且信息更迭速度较快，这不仅使快节奏生活背景下人们的精神文化需求发生了明显改变，也对广播剧的发展带来了一定的机遇与挑战。因此，互联网时代背景下如何拓宽广播剧的市场份额，提高广播剧的收听率和良好口碑形象建设已成为当前广播剧行业需要考虑的重要问题。本文通过简析广播剧，明确互联网时代对广播剧发展带来的影响以及互联网时代广播剧的发展现状，提出互联网时代下的广播剧发展路径，为广播剧更好地适应新时期互联网技术的快速发展提供参考，使其紧跟时代发展步伐，准确抓住发展机遇期，从而推动广播剧持续发展。

**关键词：**互联网时代；广播剧；形式多样；题材丰富；拓宽渠道　　**中图分类号：**TN946　　**文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2021）12-042-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.12.011
**本文著录格式：**潘永新．互联网时代的广播剧发展路径探索 [J]. 中国传媒科技，2021（12）：42-44.

## 导语

广播剧是在历史发展过程逐步发展并完善的，其能够适应电台广播的需要，并因广播剧的欣赏方式简单便捷，配音、剧情等符合大众审美和精神文化需求而深受观众喜爱。在互联网时代广播剧的剧种也得到了丰富，包括以小说、漫画为实体的专栏广播剧、情景喜剧式广播剧以及原创广播剧等多种形式。新时期互联网技术发展迅速，使数据信息容量、加载平台和传播速度都得到了进一步优化和提升，尤其是在快节奏的生活时代背景下，观众更加关注媒体信息内容的多样性、互动性以及传播的时效性。[1] 因此，在互联网时代广播剧要想获得持续、健康、稳定发展就必须加强互联网技术的应用与融合，通过利用广播剧自身的传播优势，结合互联网信息加载速度快、传播范围广泛、受众群体多元化的特点，不断开拓新的发展领域，才能在信息技术快速发展的时代潮流中把握机遇，改变当前广播剧发展疲软的态势，最终形成广播剧创新、创优热情高涨的发展局面。

## 1. 简析广播剧

广播剧发展历史悠久，结合了戏剧与广播两种艺术形式的特性，是以语言、音乐等声音为传播载体，通过配音员根据提前设定好的题材和内容所演出的戏剧形式经过机械录制而成的一种戏剧艺术表达形式，其具有人物集中、线索清晰等特点，能够充分适应电台广播的需要。[2]

广播剧广播的特性，决定了其在一定程度上具有新闻时效性，而广播剧的戏剧成分，又使广播剧内涵丰富、人物塑造饱满。广播剧只有听觉手段，高质量的广播剧在播放过程中能够通过塑造人物、烘托环境、展现剧情等表达艺术而充分调动听众想象力，使其根据已有的故事情节发挥自身的联想和想象，通过幻想、回忆以及梦境等形式带动听众深入其中，使其达到情感共鸣，因此广播剧是“线性的想象的艺术”，能够起到良好的宣传、教育、引导等功能价值。

## 2. 互联网时代对广播剧发展带来的影响

### 2.1 广播形式多样化

互联网具有传播速度快、覆盖范围广、不受时间和空间限制等优势，在广播剧发展过程中有效融合互联网技术，可以转变传统广播剧受地方广播电视资源有限、传播速度慢、覆盖面积小的短板，真正发挥聚众效应的功能价值优势。融媒体时代，信息技术发展迅速，网络广播剧的出现进一步推动了广播剧形式的多样化。当前人人都是网络视频资源的制作者，且网络广播剧的传播速度、传播范围、和内容更迭速度快，还具有非专业性、传播平台较多和制作门槛较低的特征，能够为更多用户提供广播剧制作和传播的机会，这能在有效控制广播剧制作成本的基础上，缩短广播剧的制作时长，从而吸引大量的潜在用户群体，有助于拓展广播剧的影响力和知名度，从而推动广播剧行业的持续发展。

### 2.2 创作题材丰富化

广播剧是在历史发展过程中逐步形成的，广播剧的兴衰能够在一定程度上反映历史的变迁。传统广播剧根据历史时代的发展特征和艺术背景，形成了一批反映当时实事的作品，如《红军回来了》《一万块夹板》等展示中国共产党成立和纪念“二七”铁路大罢工的广播剧。随着社会历史的快速发展，在互联网时代，人们的生活水平和精神文化生活日益丰富，由此使得广播剧的创作题材也开始丰富化，如为迎合新时期消费市场需求，按题材、形式等改编的武侠、言情、科幻等畅销小说、微剧、栏目剧、系列剧等广播剧以及由新闻故事、新闻人物等组成的新闻剧，都因其自身独特的艺术魅力而备受大众

喜爱。[3]

### 3. 互联网时代广播剧发展的现状

#### 3.1 广播剧的创作理念有待优化

互联网时代，海量化的信息资源呈现爆炸式增长，信息更迭速度快以及人们生活节奏的加快使得广播剧的制作和播出受到了一定挑战，尤其是我国广播剧缺乏系统化、规范化的发展规划和理论支撑，并且依旧以典型代表人物、国家政事讲述等为创作主题，与更加贴近群众生活的其他节目相比缺乏市场竞争力，这就会限制广播剧的发展前景。新媒体时代广播剧制作过程中不重视市场用户调研，只根据以往的制作经验进行创作或创作理念有待优化等，都会导致其节目缺乏创新性，作品种类单一，视频剪辑、后期美化不符合当前用户精神文化需求，从而使广播剧的点击量和收听率下降，影响广播剧在互联网时代的持续发展。

#### 3.2 受使用平台播出时间的限制

广播剧依赖于广播电视平台进行播出，由于其缺乏平台管理意识，导致自身节目播出受使用平台资金、技术、权限等各方面限制，还无法自由选择节目播出时间等，就难以获得相应的用户流量导入，从而降低自身的议价能力，增加广播剧被边缘化的风险。互联网时代，外加快节奏的生活方式，使得娱乐化、大众化、生活化的新节目形式占据广播电视平台的黄金时间段，而广播剧因其创作理论不足，导致优秀创作人员流失，从而使广播剧缺乏特色，就会降低其收听率，而收听率不足又会直接影响广播电视台的经济效益，从而导致工作人员将广播剧安排在午间、深夜以及碎片时间播出，这又会反过来影响广播剧的收听率。[4]

### 4. 互联网时代广播剧的发展路径探索

#### 4.1 改进节目形态，多元解决资金问题

一档完整的广播剧节目需要经过前期策划、编制剧本、后期策划、作品宣传等导演、美工、配音人员的配合，其制作成本较高，尤其是在互联网时代，广播剧的受众群体范围缩小，使广播剧的收听率和点击量下降，导致广播剧的经济效益降低，使很多广播电台不愿意制作广播剧，从而使广播剧行业的流动资金受限。随着社会历史的发展，广播剧行业的发展日趋成熟，但是其团队成员较少、影响力范围有限，并且广播剧节目的正常运作在很大程度上依赖于政府拨款，缺乏必要的社会资金成本投入，会在一定程度上限制广播剧的长远发展。

因此在互联网时代，为解决广播剧制作过程经费有限的问题，可通过建立广播剧发展专项资金，利用互联网背景下衍生出来的“众筹制作”概念，并借助互联网平台信息传播快和覆盖面积广泛的特点，向众多网友宣传并收集其喜爱、期待的广播剧作品内容和形式，以此吸引社会群体产生对广播剧关注进而投资的意向；融媒体时代广播剧要紧跟时代流量，在广播剧制作过程中有效融入情景戏剧、音乐剧等多种内容，从而改变广播剧节目形态，为新时期观众带来全新的广播剧体验，并生产制作低成本、高效益的作品，加强与其他各地广播剧单位的合作和互利共赢，从而多元解决资金问题。如《寻找刁爱青》便是一部众筹追案剧，通过借助“听众是广播剧的创作者”理念，邀请广大网友参与广播剧剧情设置、证据推理以及续集制作，使其成为节目制作的参与者，既能激发观众好奇心理，又能使其形成社会热点话题，从而为广播剧节目带来良好的宣传效果。

#### 4.2 融合新媒体技术，拓宽传播渠道

互联网时代推动了各种新媒体技术的发展，这虽然为广播剧传播发展提供了一定的技术基础，但节目内容更新速度较快、群众生活节奏加快的发展现状也对广播剧的制作提出了较高要求，尤其是在广播网络直播的新媒体环境下，传统广播剧已很难依靠自身的技术、资金、内容和传播来实现其正常的运行和转型发展。这就需要广播剧在制作过程中能够有效融合新媒体技术，根据广播剧自身发展过程中形成的“广播剧 +”新样态，来不断创新广播剧的形式、内涵、应用等，从而实现其物理形式和结构的创新与重塑，以在保证广播剧节目内容更加具有大众化、市场化、娱乐化的基础上，拓宽广播剧的传播渠道。[5]

如在互联网技术的支撑下，中央人民广播电视台为强化网络广播剧、微广播剧和日播剧的发展力度，改变传统广播剧只支持实时收听和电台播放的弱势，利用计算机技术、大数据技术等先进的数字化技术，创建网络收听平台，既能支持实时收听和回放功能，又能存储和智能分类海量的广播剧素材，从而能够有效改变传统广播剧播放内容暂时性的缺点，实现听众随时随地根据自身喜好和需求有针对地选择收听的广播剧节目，可以在无形中扩大广播剧的受众群体；利用微数字技术，借助抖音等短视频平台的内容制作模式、传播方式和盈利形式，严格控制广播剧的播放时间，保证节目内容积极迎合大众的精神文化需求，既能适应快节奏时代受众收听广播剧时间有限、零碎的发展现状，还具有制作成本低、周期快、可实现大批量生产的优势，能够推动广播剧持续发展。

#### 4.3 提升广播剧创作团队的整体水平

首先，21 世纪各行业企业的竞争就是优秀人才的竞争，尤其是互联网时代，社会人才市场结构需求已发生明显改变，广播剧作为一项综合性非常强的声音艺术，其涵盖内容广泛，涉及部门和人员较多，要想保证广播剧在新媒体时代的竞争优势，就要重视创新创造能力强、具有独特逻辑思维和审美意识的优秀人才引进工作的开展，通过提高广播剧各岗位的薪资待遇水平，重视企业文化的创建和发展，在为广播剧团队引进新鲜血液，使其不断拓宽现有广播剧创作形式，才能使追求创新求索广播剧人与更多“广播剧 +”产品的不期而遇。[6]

其次，强化对现有广播剧创作团队人员综合素质的培养力度，改变传统人才技能单一的发展现状，重点培养综合型人才，使其能够适应多个岗位的发展需求，以此提升广播剧创作团队的整体水平。如完整广播剧作品的制作离不开策划、编剧、导演以及配音和后期人员的

协调配合，为提高整个团队的默契程度，就要帮助所有团队人员扩展自身眼界，培养其创新意识，使其在节目制作过程中能够及时了解并充分展示策划的理念和导演想要表达的效果，才能提高节目制作效率，缩短节目的制作周期，使其跟上快节奏的时代背景。

最后，根据广播剧节目在互联网时代的发展现状和发展趋势来有针对性地建立完善培训体系，强化所有人员的数字化教学，使其有机融合多个信息化平台的发展模式，储备创新自身的技术优势和创新创造能力，能够掌握先进的网络技术操作方式和广播剧的宣传推广形式，最终实现广播剧节目与新媒体资源的有效整合，保证广播剧能够紧跟时代发展步伐，并朝着良好的方向发展。

### 4.4 紧跟时代流量，创新作品内容形式

在信息时代的发展背景下，广播剧凭借自身过硬的优势以碎片化的形式保留在人们视野中，但新时期海量的数据信息和节目内容呈现井喷式增长，其优化更新速度也不断加快，而观众自身的精力和时间有限，这就使得新时期众多观众的注意力大多被流量和社会热点话题所吸引。因此为增强广播剧的传播力和影响力，在互联网时代，随着数字广播热度的不断增加，就要使广播剧能够紧跟流量，积极借助多元化的信息平台，重点整合优质资源，实现广播剧的矩阵式跨领域融合，改变传统广播剧线性传播和声音稍纵即逝的传播特点，从而不断扩大新时代广播剧的影响力，筑就新时代广播剧新高峰。

音频节目是广播剧的重要展示平台，当前我国音频市场起步发展尚不成熟，现有较大的音频市场主要包括“喜马拉雅 FM”“蜻蜓 FM”“懒人听书”等，随着近年来人们碎片化时间的增多，音频市场得到了较快发展，广播剧要抓紧时代发展机遇，有效联结音频市场、听书平台，进行广播剧节目的品牌推广，以此拓展广播剧的市场空间；在抖音、微信公众号、微博软文等各种推广平台的发展下，广播剧要借助平台覆盖人群多的优势，积极创新自身的作品内容和形式，紧跟新时期用户的精神文化需求，深挖平凡生活中蕴含的崇高价值，并融合当前的流行文化和元素，广纳各种题材，丰富其内涵价值，保证其人物集中、矛盾突出、线索清晰，从而创作大众喜爱的广播剧作品，然后通过互联网平台将多样化的广播剧推向大众市场，才能有效借力网络，扩大广播剧受众群体。

### 4.5 把准价值导向，增强广播剧影响力

广播剧本身的性质决定了其具有一定的价值导向作用，在新媒体时代人人都是新闻制作者，但由于信息传播平台的门槛较低，使得各种信息资源都得到了广泛传播，而不良、消极的节目内容会在很大程度上影响社会公众正确价值观念的形成，不利于社会主义和谐社会的构建。因此，广播剧作为文艺表现形式之一，要坚守自身的创作立场，明确以人民为中心的核心理念，把准价值导向，坚定文化自信，守住广播剧创作主旋律，保证广播剧传播引导力和公信力等功能价值的有效发挥，以打造风清气正的文化空间，满足人们对美好生活的期待。[7]

广播剧以其独特的表达形式反馈着历史信息，广播剧是正剧，是积极引领大众精神文化和价值观念的教科剧，抒写伟大时代是广播剧发展不变的追求。在互联网背景下广播剧的形式虽然得到了多元化的发展和创新优化，但广播剧制作者在进行广播剧制作时，仍要把准广播剧的价值导向，筑牢精品广播剧主旋律，有效融合新时代社会历史发展背景和当代人们的精神文化需求，创新创造广播剧的表达形式，重视细节建构、情感铺设，提升广播剧的质量、品位和风格，从而有力地发挥广播剧的艺术感染力，达到引人深思的教育意义。[8]

## 结语

互联网时代，广播剧原有的发展模式已无法充分满足新时期观众日益增长的审美和精神文化需求，这就需要广播剧能够在深入挖掘自身传播优势的基础上，积极融合新媒体技术，有效改进原有节目形态，多元解决广播剧创作团队资金不足问题，并不断拓宽广播剧的传播渠道，以进一步提升广播剧的覆盖人群；通过提升广播剧创作团队的整体水平，使其能够紧跟时代流量，在把准广播剧自身价值导向的基础上，创新广播剧作品内容形式，为新时期观众带来更好的听觉体验，才能有效增强广播剧影响力，使其形成良好的口碑形象建设，重新赢得市场和观众的喜爱，不断推动广播剧持续、健康、稳定发展。媒

## 参考文献

[1] 周芳羽 . 蜻蜓 FM 广播剧频道的内容运营策略研究 [D]. 保定：河北大学，2020.

[2] 王依玎 . 网络广播剧的 PUGC 模式研究 [D]. 南昌：南昌大学，2020.

[3] 区穗宁 . 探讨融媒体时代广播剧经营发展之路 [J]. 新闻潮，2020（4）：34-38.

[4] 谢彩雯，黄建伟 . 广播剧的融媒再创尝试——以“视听广播剧”《守护英雄》为例 [J]. 中国广播，2020（1）：67-69.

[5] 关丽 . 广播剧在融媒体时代的新发展 [J]. 西部广播电视，2019（23）：73-74.

[6] 刘洪义 . 移动互联网时代背景下的广播剧创新 [J]. 新闻研究导刊，2019（21）：103+105.

[7] 黄洁 . 移动互联网时代广播剧的发展与嬗变 [J]. 西部广播电视，2019（21）：80-81.

[8] 李浩然，王诗畅 . 新时代国内广播剧发展路径 [J]. 中国广播，2019（3）：47-51.

**作者简介：**潘永新（1967-），男，河北泊头，一级导演，研究方向：在互联网时代背景下如何拓宽广播剧的市场份额，推动广播剧持续更好发展。

（责任编辑：胡杨）